

DECISION

STATUANT SUR UNE OPPOSITION

Vu le code de la propriété intellectuelle et notamment ses articles L 411-4, L 411-5, L 712-3 à L 712-5-1, L 712-7, L-713-2, L 713-3, R 411-17, R 712-13 à R 712-19, R 712-21, R 712-26 et R 718-2 à R 718-5 ;

Vu l'arrêté du 24 avril 2008 modifié, relatif aux redevances de procédure perçues par l'Institut national de la propriété industrielle ;

Vu la décision modifiée n° 2014-142 bis du Directeur Général de l'Institut National de la Propriété Industrielle relative aux conditions de présentation et au contenu du dossier des demandes d'enregistrement de marques ;

Vu la décision n° 2019-158 du Directeur Général de l'Institut National de la Propriété Industrielle relative aux modalités de la procédure d'opposition à enregistrement d'une marque.

I.- FAITS ET PROCEDURE

Monsieur F D , a déposé le 22 février 2024, la demande d'enregistrement n°24/5032825 portant sur le signe verbal BLEU ET BLEUE.

Le 15 mai 2024, la société CHANEL (Société par actions simplifiée) a formé opposition à l'enregistrement de cette marque sur la base de la marque verbale BLEU DE CHANEL, enregistrée le 18 décembre 2009 sous le n°3664532.

L'opposition a été notifiée au titulaire de la demande d'enregistrement. Cette notification l'invitait à présenter des observations en réponse à l'opposition dans un délai de deux mois.

Aucune observation en réponse à l'opposition n'ayant été présentée à l'Institut dans le délai imparti, la phase d'instruction a pris fin, ce dont les parties ont été informées.

II.- DECISION

Le risque de confusion s'entend du risque que le public puisse croire que les produits ou les services en cause proviennent de la même entreprise ou, le cas échéant, d'entreprises liées économiquement ; le risque de confusion comprend le risque d'association.

L'existence d'un risque de confusion doit être appréciée globalement en tenant compte de nombreux facteurs qui incluent la similitude des signes, la similarité des produits et services, le caractère distinctif de la marque antérieure, les éléments distinctifs et dominants des signes en litige et le public pertinent.

Sur la comparaison des produits

Pour apprécier la similarité entre les produits et services, il y a lieu de tenir compte de tous les facteurs pertinents qui caractérisent le rapport entre ces produits et services. Les facteurs pertinents concernant la comparaison des produits ou services incluent, en particulier, leur nature, leur fonction, leur destination, ainsi que leur caractère complémentaire.

L'opposition est formée contre les produits suivants : « *Lessives ; préparations pour polir ; préparations pour dégraisser ; préparations pour abraser ; savons ; parfums ; huiles essentielles ; cosmétiques ; lotions pour les cheveux ; dentifrices ; dépilatoires ; produits de démaquillage ; rouge à lèvres ; masques de beauté ; produits de rasage ; produits pour la conservation du cuir (cirages) ; crèmes pour le cuir* ».

La marque antérieure a été enregistrée notamment pour les produits suivants : « *Parfumerie, cosmétiques, savons* ».

La société opposante soutient que les produits de la demande d'enregistrement contestée objets de l'opposition sont identiques ou similaires aux produits de la marque antérieure invoquée.

Le déposant n'a pas présenté d'observations en réponse à ces arguments.

En l'espèce, il est expressément renvoyé aux arguments développés par l'opposant que l'Institut fait siens et auxquels le déposant n'a pas répondu.

Ainsi, les produits précités de la demande d'enregistrement contestée apparaissent identiques ou similaires aux produits invoqués de la marque antérieure.

Sur la comparaison des signes

La demande d'enregistrement porte sur le signe verbal BLEU ET BLEUE ci-dessous reproduit :

Bleu et Bleue

La marque antérieure porte sur le signe verbal BLEU DE CHANEL ci-dessous reproduit :

BLEU DE CHANEL

La société opposante soutient que les signes en cause sont similaires.

L'appréciation globale doit, en ce qui concerne la similitude visuelle, auditive ou conceptuelle des marques en cause, être fondée sur l'impression d'ensemble produite par les marques, en tenant compte notamment de leurs éléments distinctifs et dominants.

Il convient également de tenir compte du fait que le consommateur moyen des produits ou services en cause n'a que rarement la possibilité de procéder à une comparaison directe des différentes marques, mais doit se fier à l'image imparfaite qu'il a gardée en mémoire.

Il résulte d'une comparaison globale et objective des signes qu'ils sont pareillement composés de trois éléments verbaux.

Il n'est pas contesté que les signes ont en commun le terme BLEU, positionné en attaque tant dans le signe contesté que dans la marque antérieure ce qui leur confère de grandes ressemblances visuelles, phonétiques et intellectuelles.

Ces signes diffèrent par la répétition du terme BLEU, accordé au féminin au sein du signe contesté et par la séquence des termes DE CHANEL dans la marque antérieure.

Toutefois, la prise en compte des éléments distinctifs et dominants conduit à tempérer ces différences.

En effet, le terme BLEU, commun aux deux signes, apparaît comme parfaitement distinctif au regard des produits en cause, dès lors qu'il n'est pas établi qu'il présente un lien direct et concret avec les produits des marques en présence, ni n'en désigne une caractéristique précise.

Ce terme présente également un caractère dominant au sein du signe contesté compte tenu de sa position en attaque et dès lors que le terme BLEUE qui le suit n'en est que la répétition accordée au genre féminin et ne s'en distinguant ainsi que par la lettre finale E.

Il en va de même en ce qui concerne le caractère dominant du terme BLEU au sein de la marque antérieure, dès lors que le consommateur des produits en cause sera en effet susceptible d'appréhender le signe contesté comme constitué de la juxtaposition du terme BLEU, perçu comme la marque identifiant un produit ou une gamme de produits du fait notamment de sa position d'attaque, et de termes (DE CHANEL) faisant référence au nom de l'entreprise de la société titulaire de la marque antérieure.

Le terme BLEU est donc susceptible de retenir à lui seul l'attention du consommateur, tant dans le signe contesté que dans la marque antérieure.

Ainsi, il résulte, tant des ressemblances d'ensemble entre les signes que de la prise en considération de leurs éléments distinctifs et dominants, une similarité entre les signes pris dans leur ensemble.

Le signe verbal contesté BLEU ET BLEUE est donc similaire à la marque verbale antérieure BLEU DE CHANEL.

Sur l'appréciation globale du risque de confusion

L'appréciation globale du risque de confusion implique une certaine interdépendance des facteurs pris en compte et notamment la similitude des marques et la similarité des produits ou des services désignés ; ainsi, un faible degré de similarité entre les produits et services désignés peut être compensé par un degré élevé de similitude entre les marques, et inversement.

De plus, le risque de confusion est d'autant plus élevé que la marque antérieure possède un caractère distinctif important, soit intrinsèquement, soit en raison de sa connaissance par une partie significative du public concerné par les produits ou services en cause.

En l'espèce, la société opposante invoque le caractère distinctif important de la marque antérieure et démontre sa connaissance par une partie significative du public concerné dans le domaine de des parfums.

Ainsi, le risque de confusion est encore aggravé par l'identité et la similarité des produits en présence ainsi que pour certains produits par le caractère distinctif important de la marque antérieure dans le domaine de la parfumerie.

CONCLUSION

En conséquence, le signe verbal BLEU ET BLEUE ne peut pas être adopté comme marque pour désigner des produits identiques et similaires, sans porter atteinte aux droits antérieurs de la société opposante.

PAR CES MOTIFS,

DECIDE

Article 1 : L'opposition est reconnue justifiée en ce qu'elle porte sur les produits suivants :
« Lessives ; préparations pour polir ; préparations pour dégraisser ; préparations pour abraser ; savons ; parfums ; huiles essentielles ; cosmétiques ; lotions pour les cheveux ; dentifrices ; dépilatoires ; produits de démaquillage ; rouge à lèvres ; masques de beauté ; produits de rasage ; produits pour la conservation du cuir (cirages) ; crèmes pour le cuir ».

Article 2 : La demande d'enregistrement n°24/5032825 est partiellement rejetée, pour les produits précités.